

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Fahnia Chairawaty (2012) dengan judul Dampak Pelaksanaan Perlindungan Lingkungan Melalui Sertifikasi Fair Trade (Studi Kasus: Petani Kopi Anggota Koperasi Permata Gayo, Kabupaten Bener Meriah, Nanggroe Aceh Darussalam). Pembahasan dalam penelitian ini akan ditekankan pada pelaksanaan perlindungan yang telah dilakukan oleh para petani KPG, isu- isu terkait lingkungan yang dihadapi oleh petani, serta dampak dari perlindungan sendiri yang dirasakan oleh para petani kopi KPG. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode survei berupa wawancara mendalam, snowball dan observasi, serta dengan metode studi literatur. Hasil dari penelitian ini berkesimpulan bahwa dampak dari perlindungan lingkungan yang dirasakan oleh petani kopi KPG cenderung lebih besar dirasakan pada dampak ekonomi, yaitu berkurangnya biaya pembelian input kimia.

Hasil penelitian Putu Wahyu Mila Sari (2015) dengan judul Upaya *the body shop* dalam mendukung penerapan prinsip *fair trade* di bidang lingkungan dalam aktivitas bisnisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Body Shop merupakan perusahaan multinasional yang menerapkan prinsip-prinsip *fair trade* di dalam aktivitas bisnisnya dan terus mendukung upaya pelestarian lingkungan demi mewujudkan dukungannya pada salah satu prinsip *fair trade* di bidang lingkungan. Aktifitas bisnis *The Body Shop* tidak

terlepas dari proses produksi hingga pemasaran produk di toko-toko The Body Shop. Awal produksi, The Body Shop dan *Community Fair Trade* bekerja sama dan di bawah *Code of Conduct*, *Community Fair Trade* menjalankan bisnisnya dengan etis dan menghormati lingkungan.

Hasil penelitian Sugiarto Pramono (2012) dengan judul perjuangan menuju fair trade: pengalaman apikri dalam memediasi pengrajin lokal dan D' Best Furniture Dalam Mensiasati Eco-Labeling. Sosialisasi fair trade dari level keluarga. Upaya ini bisa dimulai dari misalnya keluarga karyawan di sebuah perusahaan berbasis fair trade. Para karyawan hendaknya selalu diberi motivasi dan diminta kesediaannya untuk menanamkan nilai-nilai fair trade dalam keluarga mereka. Sebagai basis masyarakat, keluarga merupakan tempat terpenting untuk membentuk pandangan *fair trade* yang mapan dalam masyarakat.

Ayuhaning Pangestu (2018) dengan judul penelitian Upaya *World Fair Trade Organization* (WFTO) Menerapkan Prinsip Perdagangan Yang Berkeadilan Di Indonesia Tahun 2016-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perdagangan bebas tidak pernah terpakai dengan penuh semangat oleh para elit dalam masyarakat yang berkembang yang dilakukan oleh para elit di negara kaya. Mereka menggunakan perdagangan bebas sebagai senjata penjajah yang merupakan pemain utama untuk masyarakat mereka terhadap eksploitasi sumber daya alam, investasi asing dan repatriasi. Dengan adanya beberapa fakta mengenai persoalan-persoalan akibat dari pelaksanaan perdagangan bebas ini mendorong para aktor NGOs bersama dengan berbagai kekuatan gerakan sosial lainnya seperti buruh, pemerhati HAM, aktivis lingkungan dan lain-lain untuk menggagas perlunya menciptakan sebuah sistem perdagangan internasional alternatif yang berlandaskan pada kemanusiaan, seperti terjaminnya hak asasi manusia dan keadilan.

Irma Tata Manggala (2019) dengan judul Analisis Pengaruh Faktor Produksi, Geografis, dan Peran Institusi Terhadap Pendapatan Negara Produsen Kopi Dunia Dari Perdagangan Kopi Internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produksi, geografis, dan peran institusi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan negara produsen kopi dunia dari perdagangan kopi internasional. Adapun peran institusi dinyatakan sebagai variabel dengan kekuatan pengaruh paling besar terhadap pendapatan negara produsen kopi dari perdagangan kopi internasional.

Hasil penelitian Elisa Ramanda (2016) dengan judul Analisis Daya Saing dan Mutu Kopi di Kecamatan Sumberjaya Kabupaten Lampung Barat. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa : usahatani kopi di Desa Tugusari Kecamatan Sumberjaya Kabupaten Lampung Barat berdaya saing dengan nilai DRC sebesar 0,35 artinya memiliki keunggulan komparatif dan nilai PCR sebesar 0,83 yang artinya memiliki keunggulan kompetitif yang mempengaruhi pendapatan petani. Usahatani kopi di Desa Tugusari Kecamatan Sumberjaya Kabupaten Lampung Barat berdaya saing dan sejalan dengan mutu biji kopi yang dihasilkan yaitu sesuai standar GMP, yaitu ICO 407 dan SNI 01-2907-2008.

Penelitian ini melakukan pengembangan dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan, dimana penelitian ini akan dilakukan analisis secara kualitatif dan kuantitatif terkait dengan peningkatan pendapatan petani kopi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama melakukan analisis *Fair Trade* dalam upaya peningkatan pendapatan petani kopi.

B. Tinjauan Teori

1. *Fair Trade*

a. Pengertian *Fair Trade*

Fair Trade didefinisikan sebagai perdagangan yang berdasarkan pada dialog, keterbukaan serta rasa saling menghormati, yang bermaksud menciptakan keadilan, serta pembangunan berkelanjutan. Melalui penciptaan kondisi perdagangan yang lebih fair dan mengutamakan pada hak-hak kelompok produsen yang terpinggirkan, terutama di negara-negara miskin akibat praktek kebijakan perdagangan internasional. Fair trade bertujuan untuk perbaikan penghidupan produsen melalui hubungan dagang yang sejajar, mempromosikan peluang usaha dan kesempatan bagi produsen lemah atau termarginalisir meningkatkan kesadaran konsumen melalui kampanye fair trade, mempromosikan model kemitraan dalam perdagangan yang adil, mengkampanyekan perubahan dalam perdagangan konvensional yang tidak adil, melindungi HAM, rasa konsumen dan melakukan advokasi bagi terciptanya kondisi yang lebih baik, khususnya yang berpihak kepada produsen kecil sehingga mereka dapat berpartisipasi di pasar (Loureiro & Lotade, 2005)

b. Sejarah *Fair Trade*

Bibit-bibit gerakan fair trade lahir di dunia barat akhir tahun '40-an. Gerakan dilandasi semangat solidaritas dunia barat terhadap negara dunia ketiga. Perintisnya adalah kelompok keagamaan dan LSM. Menurut sejarahnya, *fair trade* adalah sebuah gerakan sosial yang muncul akibat adanya ketidakadilan antara produsen dan konsumen. Seringkali terjadi, konsumen merasa bahwa produsen harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi terhadap suatu produk dari yang seharusnya. Sementara itu, hal yang sama pun juga dirasakan oleh pihak produsen, terutama produsen yang mempunyai skala usahamasih kecil. Di sinilah kemudian muncul konsep *fair trade* yang berusaha untuk

mengupayakan sebuah kemitraan perdagangan yang didasarkan pada dialog, transparansi dan respek dari kedua belah pihak. Seiring dengan berjalannya putaran waktu, konsep *fair trade* ini pun semakin berkembang pula (merujuk pada definisi dan prinsip-prinsip yang ada dari *The International Fair Trade Association – IFAT*) (Suhartana, 2008)

Ten Thousand Villages dan *SERRV International* adalah dua LSM yang memulai pengembangan rantai perdagangan fair trade di negara berkembang. Produknya-anyaman dan rajutan dijual di gereja atau bazar di Amerika. Saat itu, gerakan ini dipandang sebagai donasi dunia barat bagi penduduk miskin negara berkembang. Inisiatif ini terus berkembang, bahkan konsep dasarnya mengalami pergeseran. Tak hanya sebagai donasi, ketika sebagian kecil masyarakat dunia barat menilai telah terjadi eksploitasi harga dalam perdagangan antara negara mereka dan negara dunia ketiga, mereka ingin memperbaikinya dengan memberi harga lebih adil. Sekitar tahun '70-an, sejumlah petani kopi dengan skala kecil di Meksiko yang sangat bergantung pada pihak lain (pengumpul, pedagang, dan pengolah) dalam rantai perdagangan kopi mengembangkan label/sertifikasi *fair trade* untuk kopi mereka (Suhartana, 2008). Nama yang diberikan adalah Max Havelaar. Dalam percobaan awal ini, dibuka hubungan langsung antara pengolah kopi dan pengecer di Belanda dengan koperasi petani kopi di Meksiko. Kini selain sebagai sebuah gerakan, *fair trade* populer sebagai label/sertifikat yang disematkan pada produk yang dijual. Ini menjadi semacam jaminan dan transparansi lebih bagi konsumen bahwa produsen skala kecil mendapatkan harga yang adil. Dari sisi produsen, sertifikasi memperbesar akses mereka terhadap pasar ekspor.

Sejak pertengahan '80-an, gerakan *fair trade* telah berkembang secara signifikan di dunia barat yang menjadi pasar utamanya. Tahun 2005, penjualan produk fair trade di tingkat global mencapai 1,1 milyar euro. Ini menunjukkan pertumbuhan sebesar 30 persen lebih selama tahun 2004. Saat ini, produk-produk berlabel *fair trade* tidak hanya

dijual di toko khusus tetapi mulai juga dipajang di rak supermarket. Jenis produknya pun makin beragam. Meski permintaan untuk produk-produk berlabel *fair trade* lebih banyak tumbuh di dunia barat, saat ini kita bisa melihat bahwa pada pasar lokal di seluruh dunia sudah mulai ada upaya menciptakan perdagangan yang lebih adil bagi produsen.

Pada periode yang sama, pasar produk organik juga mengalami pertumbuhan yang stabil. Perdagangan barang-barang organik dengan label *fair trade* sering disebut sebagai *fair and green trade*.

c. Prinsip-Prinsip *Fair Trade*

Fair trade sebagai sebuah alternatif menawarkan kondisi perdagangan yang lebih baik bagi produsen kecil dan melindungi hak mereka yang selama ini terpinggirkan. *Fair trade* membantu produsen kecil untuk memperoleh kehidupan yang layak melalui peningkatan pendapatan, melindungi hak produsen kecil untuk akses ke pasar, menyalurkan aspirasi & pendapat mereka dan tidak diskriminatif terhadap perempuan yang selama ini menjadi warga kelas dua dan korban langsung atas perdagangan yang tidak adil, juga melindungi lingkungan dari kerusakan karena minimnya penggunaan bahan-bahan kimiawi. Dengan mekanisme *fair trade*, konsumen bersedia menghargai jerih payah produsen yang selama ini tidak pernah diperhitungkan (contoh: pemeliharaan tanaman, mengusir burung, menjemur padi, dan lain-lain) sebagai komponen biaya produksi dalam sistem perdagangan konvensional (Suhartana, 2008). Sebagai salah satu bentuk apresiasi konsumen atas jerih payah produsen, mereka tidak keberatan untuk membeli harga premium (yang meliputi biaya produksi ditambah biaya untuk *reinvestasi*) yang ditawarkan oleh produsen.

Diperlukan sebuah kemitraan perdagangan yang dilandaskan pada dialog, transparansi dan respek yang bertujuan untuk mencapai kesetaraan yang seimbang (bagi Dunia Ketiga) di dalam perdagangan internasional. *Fair trade* memberikan sumbangan

bagi pembangunan yang berkelanjutan dengan menawarkan kondisi perdagangan yang lebih baik dan melindungi hak dari produsen dan buruh yang terpinggirkan, terutama di Selatan. Sebagai gerakan, *fair trade* terwujud dalam bentuk organisasi *International Federation of Alternative Trade* (IFAT). Organisasi payung gerakan fair trade sedunia ini bermain di advokasi kebijakan internasional. Pada pertemuan tahunan *World Trade Organisation* (WTO), IFAT selalu muncul. Sejak di Cancun, Mexico hingga di Hongkong tahun lalu mereka hadir sebagai suara alternatif untuk mewujudkan perdagangan yang lebih adil.

Dalam halaman situs *International Fair Trade Association*, Asosiasi Internasional Perdagangan yang Adil menyebut sembilan syarat agar sebuah perdagangan dapat disebut adil.

- a. Membuka peluang bagi produsen dari kalangan ekonomi lemah
- b. Transparan dan dapat dipertanggungjawabkan
- c. Meningkatkan keahlian produsen
- d. Mendorong terbentuknya perdagangan yang adil dan merata
- e. Pembayaran dengan harga yang pantas melalui dialog dan prinsip partisipasi sesuai dengan perkembangan pasar
- f. Menghormati kesetaraan gender
- g. Membentuk situasi dan kondisi lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi pekerja dan masyarakat
- h. Tidak melibatkan pekerja anak
- i. Tidak merusak lingkungan hidup dan memberikan dampak bagi pembangunan lokal, secara berkala mengurangi tingkat ketergantungan impor dan membudidayakan produk lokal.

d. Perkembangan *Fair trade* di Indonesia

Perkembangan ide-ide *fair trade* di Indonesia yang berawal dari berdirinya *Oxfam GB/Indonesia* pada tahun 1972 yang kemudian intensif menyuarakan gerakan *fair trade* pada pertengahan tahun 1980-an secara perlahan namun pasti menunjukkan perkembangan positif. Hal itu dapat dilihat dari berdirinya tempat-tempat atau pusat-pusat penyalur produk-produk lokal yang diproduksi oleh para produsen yang selama ini termarginalkan akibat sistem perdagangan bebas yang tidak adil. Selain itu organisasi-organisasi non pemerintah seperti *Oxfam* sendiri telah membuka cabangnya yaitu di Aceh dan di Kupang dimana Yogyakarta sebagai pusatnya. Selain *Oxfam*, *Yaysan Samadi Justice and Peace Institute* juga merupakan NGO yang aktif menyuarakan ide-ide *fair trade* di Indonesia. Hal itu menunjukkan bahwa ide-ide *fair trade* telah disebarkan ke wilayah-wilayah Indonesia yang kalau diperinci lagi mencakup Jawa, NTB, Maluku, Sulawesi, Buton.

Namun pada dasarnya barometer yang dapat dipakai apakah di Indonesia ide-ide *fair trade* telah berkembang cukup baik atau tidak dapat kita lihat dari peraturan-peraturan pemerintah yang sejalan atau sesuai dengan prinsip-prinsip *fair trade* tersebut. Berdasarkan data *Report on Fair Trade Trends in US, Canada & Pacific Rim* tahun 2003 terdapat tujuh prinsip-prinsip dasar *fair trade* yaitu *Creating opportunities for economically disadvantaged producers, Gender Equity, Transparency and accountability, Payment of a fair price, Working conditions, Environmental Sustainability*.

Untuk melihat apakah prinsip-prinsip ide-ide *fair trade* telah cukup berkembang di Indonesia seperti disebutkan sebelumnya marilah kita lihat apakah aturan-aturan yang *related* dengan *fair trade* tersebut telah diadopsi oleh Indonesia. Salah satu aspek yang paling akrab dengan permasalahan negara berkembang seperti

Indonesia dan sangat erat kaitannya dengan prinsip *fair trade* adalah tentang perburuan. Aturan yang mengatur tentang pendapatan buruh secara nyata diatur dalam pasal 23 dan 24 UUD 1945. Selain itu Indonesia juga telah meratifikasi konvensi ILO No. 87 dan No. 98 yang dan telah membuat UU-nya (UU No. 21 tahun 2000). Sebagai anggota PBB Indonesia juga terikat secara moral terhadap *Kovenan ECOSOC Rights* yang mewajibkan negara untuk menghormati, melindungi, dan menjamin hak-hak buruh, di antaranya hak atas pekerjaan, upah yang adil dan kondisi yang layak bagi buruh beserta keluarganya, kondisi kerja yang aman dan sehat, kesempatan yang sama untuk mendapat promosi, pembatasan waktu kerja, libur, dan istirahat dengan tetap mendapat gaji dan imbalan, hak untuk berserikat, membentuk dan bergabung dengan serikat buruh, hak serikat buruh untuk membentuk federasi atau konfederasi nasional dan menjadi anggota atau membentuk serikat buruh internasional, hak untuk mogok, hak atas jaminan dan asuransi sosial, dan cuti melahirkan dengan tetap mendapat gaji atau jaminan sosial yang memadai (Loureiro & Lotade, 2005).

2. Pendapatan Masyarakat

Pendapatan keluarga merupakan penghasilan keluarga baik berupa uang atau sesuatu yang dapat diuangkan dari usaha anggota keluarga. Besarnya tingkat dan jumlah pendapatan keluarga sangat dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan dan jenis pekerjaan. Menghitung besarnya tingkat pendapatan satuan waktu tidak terlepas dari menghitung besarnya jumlah pengeluaran. Jumlah anggota keluarga non produktif sangat mempengaruhi besarnya jumlah penghasilan bersih, hal ini disebabkan keluarga mempunyai tanggungan yang banyak memerlukan konsumsi sehari-hari. Rendahnya tingkat pendapatan akan menyebabkan taraf hidup yang rendah pula, karena kurangnya pemenuhan fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan sandang, pangan dan papan.

Para ahli ekonomi di dunia pada umumnya membedakan antara dua ukuran pokok distribusi pendapatan yang keduanya digunakan untuk tujuan kuantitatif dan analisis (a) distribusi pendapatan “perorangan” atau ukuran, (b) distribusi pendapatan fungsional atau distribusi pendapatan. Berdasarkan peranan masing-masing faktor yang didistribusikan (*distributive factor share*). Distribusi pendapatan perorangan atau distribusi ukuran adalah paling umum digunakan oleh ekonom. Distribusi ini menyangkut tentang aspek dari segi manusia sebagai perorangan atau rumah tangga dan total pendapatan yang akan mereka terima. Dalam konsep ini cara yang dilakukan oleh keluarga atau perorangan untuk mendapatkan pendapatan tersebut tidak dipersoalkan. Tidak dipersoalkan pula berapa besar masing-masing individu atau rumah tangga menerimanya, demikian pula lainnya, seperti bunga, keuntungan, hadiah atau warisan. Selanjutnya tempat (pertanian, industri, perdagangan dan jasa) diabaikan pula. Apabila tuan X dan tuan Y masing-masing menerima pendapatan yang sama per tahun, maka kedua orang tersebut dimasukkan ke dalam suatu kelompok tanpa mempersoalkan kenyataan bahwa tuan X bekerja 15 jam per hari di ladangnya sedangkan tuan Y tidak bekerja sama sekali tetapi menerima bunga dari warisan. (Abdurrachman, 2001:519).

Pengertian pendapatan ini merupakan indikator penting untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu kegiatan perekonomian. Pada hakekatnya setiap perekonomian itu terdiri atas pemiliki faktor produksi serta produsen dan konsumen. Pemilik faktor produksi menyediakan input-input untuk digunakan dalam proses produksi yang dilakukan oleh produsen untuk menghasilkan output yang dibutuhkan oleh konsumen. Dalam hal ini pemilik faktor produksi memperoleh pendapatan berupa upah bagi tenaga kerja. Untuk memahami distribusi pendapatan, pertama kita harus menelaah bagaimana pendapatan rumah tangga ditentukan, besarnya gaji

tergantung pada kemampuan mereka. Pendapatan mempunyai dua komponen kuantitas jasa, pendapatan yang tersedia dan harga per unit yang dibayarkan untuknya, sebagai contoh, besarnya upah yang didapat oleh seseorang pekerja tergantung pada jumlah jam kerja dan upah per jam yang diterima. Distribusi pendapatan menurut fungsi mengacu pada bagian dari pendapatan nasional total yang diterima setiap faktor produksi utama, distribusi ini memfokuskan pada sumber-sumber pendapatan.

Distribusi pendapatan menurut besarnya pendapatan nasional total yang diterima berbagai kelompok rumah tangga, distribusi ini hanya menyoroti besarnya pendapatan bukan sumbernya. Pendapatan faktor produksi terdiri dari dua unsur, harga yang dibayarkan per unit faktor dan jumlah faktor yang digunakan. Penentuan harga faktor dan jumlahnya merupakan aplikasi dari teori harga yang sama yang digunakan untuk menentukan harga produk dan jumlahnya. Pemilik faktor produksi serta produsen dan konsumen. pemilik faktor produksi menyediakan input-input yang digunakan proses produksi yang dilakukan oleh produsen, untuk menghasilkan *output* (suatu produk) yang dibutuhkan oleh konsumen. Dalam hal ini pemilik faktor produksi memperoleh pendapatan berupa upah bagi tenaga kerja. Seorang produsen yang dapat mengalokasikan faktor-faktor produksi dalam kegiatan proses produksi secara efisien akan memperoleh pendapatan yaitu berupa keuntungan dari hasil produksinya kepada konsumen dan konsumen itu sendiri akan memperoleh kepuasan dari barang yang mereka konsumsi tersebut.

Menurut Nasution (2002), pada hakikatnya pendapatan dipengaruhi oleh modal kerja, jam kerja, pengalaman, jenis barang dagangan (produk) dan banyak faktor lainnya. Pada umumnya masyarakat selalu mencari tingkat pendapatan yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya, akan tetapi dibatasi oleh beberapa

faktor tersebut. Boediono (2002:33) menyatakan bahwa salah satu unsur yang mempengaruhi pendapatan adalah faktor produksi yang variabel di dalamnya adalah modal. Nasution (2002) berpendapat bahwa salah satu faktor determinan pendapatan adalah rutinitas yaitu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus, dalam hal ini pengalaman dalam berusaha.

C. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir penelitian merupakan alur penelitian yang akan dilakukan, adapun secara sistematis kerangka pikir penelitian dapat disajikan pada gambar 2.1

